

объяснение полного отсутствия пунктуации в английском тексте, еще одной приметы илиостиля Руи Каур, безусловно требующего дальнейшего изучения.

ИСТОЧНИКИ

Каур Р. Milk and Honey: белые стихи, покоровшие мир. М.: Издательство «Э», 2018.

ЛИТЕРАТУРА

Бортников В. И. Партитурность в типологической классификации текстовых категорий // Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки». 2014. № 2 (8). С. 197–201.

Жирмунский В. М. Теория стиха. Л.: Ленинградское отделение издательства «Советский писатель», 1975.

Томашевский Б. В. Стилистика и стихосложение. Л.: Ленинградское отделение Учпедгиза, 1959.

Харченко О. О.

магистрант 1 к. УрФУ

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ В ИНТЕРНЕТЕ: СПЕЦИФИКА ЯЗЫКА МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время изучение современного русского языка привлекает внимание как филологов и лингвистов, так и культурологов, психологов и социологов. В значительной степени это связано с развитием Интернета в России. Например, социологи прежде всего обращают свое внимание на функционирование языка в коллективе носителей. Двигаясь в этом направлении, мы рассматриваем язык как «постоянно развивающееся системно-структурное образование, в котором под системой понимается целостное единство языковых единиц, находящихся между собой в определенных взаимосвязях и отношениях, а под структурой – расчлененность языка на составляющие, их взаимосвязь и внутренняя организация» [Алефиренко 2007: 5].

Среди социальных факторов, существенно влияющих на функционирование и развитие языка, выделяется среда реализации языка. Прежде всего, виртуальная среда коммуникации. В настоящее время интернет-коммуни-

кация изучается в различных аспектах. Кроме определения тенденций развития русского языка в условиях интернет-коммуникации, исследователи обращаются к вопросам об особенностях саморепрезентации в Интернете, изучают жанры интернет-языка, определяют гендерные аспекты коммуникации в Интернете и т. д. Интернет-коммуникация при этом рассматривается как «опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся невидимостью коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах коммуникантов» [Бондаренко 2004: 181]. При этом язык интернета сближается с разговорной речью, приобретает черты быденного языка.

На эффективность любой речевой коммуникации, независимо от среды ее реализации, во многом влияет выбор языка или языковых вариантов для построения социально корректного высказывания, понятного коммуниканту. Такой процесс выбора языковых единиц – по сути «речевое поведение», то есть «специфическая и неотъемлемая часть поведения в целом как сложной системы поступков, действий, движений, как форма социального бытия человека, в которой проявляется вся совокупность речевых действий и речевой деятельности человека» [Чеботникова 2011: 138].

Интернет-язык сегодня наиболее активно используется в социальных сетях, именно они являются одним из самых больших сегментов интернет-пространства. Основная аудитория социальных сетей – молодежь, преимущественно подросткового возраста. Подростки – это специфическая социальная группа, выделенная по промежуточному социальному статусу, психологическим особенностям возраста, а также по частотной трансляции интернет-культуры в повседневных практиках (поведенческий перенос из онлайн в офлайн).

Целью проведенного исследования было изучение речевого поведения современных подростков в интернет-коммуникации. В исследовании принимали участие молодые люди в возрасте от 13 до 15 лет, проживающие в Екатеринбурге. Одним из методов, которые были применены в ходе исследования, выступал контент-анализ текстов диалогов участников исследования. Объектом контент-анализа являлись скриншоты личных диалогов из социальной сети «ВКонтакте», которые анонимно были высланы в электронном виде участниками исследования. Всего было прислано 40 скриншотов. Максимальный объем одного скриншота диалога в исследовании составлял 14 сообщений, минимальный объем – 2 сообщения.

Обращаясь к методике контент-анализа, отметим, что создателями современной версии контент-анализа называют американского социолога Г. Лассуэлла и французского журналиста Ж. Кайзера. Г. Лассуэлл в начале 50-х гг. XX века первым предложил использовать для анализа массовой коммуникации статистический учет абстрактных языковых единиц – символов («слов»). В начале 60-х гг. Ж. Кайзер разработал целую систему изучения текстовых массивов, основанную на анализе статистических данных. Результаты своих исследований Ж. Кайзер изложил в монографии «Le quontiden francais» [См.: Пашинян 2012: 17]. Вследствие этого контент-анализ приобрел статус логически завершенной и эффективной исследовательской процедуры.

В соответствии с методикой контент-анализа нами был разработан кодификатор, который включал следующие категории для обработки материала: гендерный признак собеседника, возраст, тема общения, цель, ролевые отношения между собеседниками, социальный статус собеседника, эмоциональное состояние коммуникантов, социальная установка собеседника (оспаривание или поддержание мысли говорящего), соблюдение правил грамматики, соблюдение пунктуации, способ демонстрации эмоций, наличие типичных слов интернет-языка в диалоге, наличие нецензурной лексики в диалоге, размер одного сообщения (по медианному значению).

Каждая из категорий (за исключением последней) включала в себя несколько значений, которые в совокупности составляли 100%. Обработка данного метода осуществлялась методом математических и статистических расчетов, для расчета размера сообщения использовалась формула расчета медианного значения.

Сегодня большинство исследований коммуникации в Интернете основывается на той информации, тех текстах (форумов, комментариев, чатов), которые находятся в открытом доступе. Однако следует понимать, что, обращаясь к межличностной коммуникации подростков, мы должны непосредственно изучить личные диалоги в социальных сетях или мессенджерах. Так как на сегодняшний день социальные сети более распространены среди подростковой молодежи, чем мессенджеры (что было подтверждено и анкетным опросом : абсолютный лидер среди социальных сетей и мессенджеров – это «ВКонтакте» (95,3%)), то наше внимание было обращено к диалоговой коммуникации внутри них.

Мы также должны учитывать, что подростки являются той социальной группой, которая склонна общаться и делиться личной информацией только в кругу «своих» (референтных групп, значимых взрослых), оставаясь пре-

имущественно замкнутой группой для остальных, «чужих». Таким образом, мы можем говорить о важности нашего социолингвистического исследования, так как нам удалось получить тексты диалогов практически трети участников анкетного опроса.

Также для нас имел значение тот факт, что тексты будут отбираться непосредственно участниками опроса, так как нашей задачей было оценить материал не только с точки зрения его содержания, но и определить некоторые общие характеристики отобранных подростками текстов. В данной работе мы обратимся к результатам анализа содержания и оформления текстового материала исследования.

Для начала рассмотрим несколько типичных для исследования диалогов, где **S1** – первый участник диалога (человек, который прислал скриншот), **S2** – второй участник диалога (выступает собеседником).

Диалог № 1

S1. Привет

S1. Что нам на сегодня по литре задали?)

S2. Привет. На сегодня или на завтра?

S1. И то и то

S2. На сегодня стихи учить и написать про одного друга Пушкина или адресаты любовной лирики. На завтра написать конспект и прочитать мтр 209-214

S1. Конспект чего?)

Итак, темой данного диалога выступает учеба. Такая тематика наиболее часто встречается в исследовании. Диалог достаточно нейтральный, цель диалога – удовлетворение потребности в информации. Используются этикетные формулы, актуализирована лексика урока (*адресаты любовной лирики*). Запрос информации собеседником уточняется, после чего вводится развернутый ответ. Скобка – знак позитивной эмоции – используется запрашивающим информацию, со стороны она воспринимается как знак «смягчения» требования информации.

Диалог № 2.

S1. Привет)

Ты когда на тренировки ходить будешь?)

S2. Привет, а ты че мои карабины берешь?

S2. Еще не скоро

S2. У меня еще одна причина не прийти

S1. Нет, я не беру)

Они до сих пор у Марата))

А я хотел попросить у тебя оставшийся гусь)

S1. *Можно?)*

S2. *Нуу, он дорогой*

S1. *Так я же аккуратно)*

Темой диалога является уже жизнь коммуникантов вне учебы, а именно – занятие спортом. Диалог интересен тем, что, на первый взгляд, в нем демонстрируется интерес к собеседнику со стороны инициатора общения, однако по дальнейшим репликам очевидно, что основная цель диалога – практическая: получить разрешение на использование спортивного инвентаря. При этом эмоции коммуникантами выражаются преимущественно вербально.

Диалог № 3

S1. *И немного описать*

S2. *Спасибо*

S1. *Не за что*

S1. *Во сколько репетиция в субботу?)*

S1. *Возможно Катя придет)*

S2. *На Вальс?*

S1. *Да*

S2. *Еще неизвестно, позже все скажут*

Диалог № 3 иллюстрирует одновременное пересечение двух тем, одной из которых выступает тема учебы. Такого типа диалоги частотны в нашем исследовании. Цель диалога, независимо от тем – удовлетворение потребности в информации.

Диалоги № 1 – № 3 демонстрируют достаточно типичные характеристики речевой коммуникации подростков в Интернете. Прежде всего к ним относится такая категория, как цель коммуникации. Традиционно в диалогах наблюдается потребность в получении какой-либо информации, часто на первые позиции в темах выходит учеба (36,7 %). Используемые в коммуникации речевые средства в большинстве случаев нейтральны по своему характеру, коммуниканты общаются без ярко выраженных позиций по отношению к какому-либо вопросу (61 %), часто поддерживают мысли собеседника. Анкетный опрос показывает, что большинство подростков общаются в Интернете именно с теми, с кем им интересно общаться, чье мнение для них важно, они прислушиваются к мнению собеседника (63,3 %).

Речь подростков ориентирована на традиционные языковые нормы. В приведенных примерах коммуникантами используется заглавная буква в на-

чале предложения, у них практически отсутствуют орфографические ошибки. Отклонения от норм минимизированны, сокращения слов наблюдаются лишь в некоторых случаях: «*литре*», «*че*».

Наиболее показателен в отношении грамотности подростков пунктуационный уровень, так как устройства, используемые для осуществления коммуникации, не могут его автоматически корректировать (как, например, исправление орфографических ошибок). Так, мы наблюдаем правильное построение предложений (55,6 %), а также использование необходимых знаков препинания. Результаты контент-анализа подтверждает и анкетный опрос: подростки достаточно высоко оценивают свой уровень грамотности при общении в интернет-коммуникации (доминирование ответов «всегда слежу за этим», «стараясь следить» в блоке вопросов, посвященном грамотности в интернет-коммуникации).

Далее обратимся к диалогам, которые имеют нетипичные характеристики для данного типа общения.

Диалог № 4

S2. 2 для нижней части

S1. ВСЕЕЕЕЕ

S1. БУДУ ДЕЛАТЬ

S1. Я ЖЕСТКИЙ

S2. 😊

S2. у меня херня знаешь какая была

S2. когда я начал на грудь делать

S2. у меня правая была больше левой по началу 🤔🤔🤔

Темой данного диалога также является жизнь коммуникантов вне учебы, а именно – занятие спортом. Диалог демонстрирует одновременное использование коммуникантами различных способов выражения эмоций: эмодзи, obscene лексика и использование клавиши «Caps Lock».

Диалог № 5

S1. Хахах

S1. [Голосовое сообщение]

S2. Вхвх

S1. Ты где

S2. Дом

S2. Скинь фотки

S2. Мне

S2. Лусше

S1. Ща

В структуру вербального взаимодействия включено аудиосообщение, после которого по дальнейшим репликам коммуникантов сложно раскрыть его содержание. Аудиосообщения, или голосовые сообщения, становятся сегодня особым типом кода в диалоге и требуют отдельного изучения в рамках иных методик.

Два последних диалога заметно отличаются от представленных ранее. Отмечаем развлекательный характер общения, цель диалога выражена неявно, общение основывается на непосредственном интересе к собеседнику. Явное выражение положительных эмоций (60 %) обозначается преимущественно с помощью знаков препинания (41,2 %), с помощью слов или эмодзи, передающих смех, улыбку и т. д. Редко коммуникантами используются клавиша «Caps Lock» и стикеры (2,9 %).

Языковая норма чаще нарушается в диалогах развлекательного характера. В целом диалоги с типичными для интернет-коммуникации словами («*Tun (Tuna)*», «*Ну*», «*Крч*», «*Апхх*», «*Хах*», «*Го*», «*Ок*», «*Ахах*», «*Инет*») составляют треть от общего числа диалогов. Речь подростков в интернет-коммуникации достаточно традиционна, отклонения в речи не доминируют.

Подводя итог, отметим: основная часть коммуникаций подростков осуществляется в социальной сети «ВКонтакте»; тематика коммуникаций – какие-либо события из жизни, а также учеба; реализуется кооперативный принцип общения, положительные эмоции передаются преимущественно с помощью знаков препинания; в большинстве случаев коммуниканты следят за правильностью написания сообщений. Слова, специфичные для интернет-языка, используются сравнительно редко.

Поскольку современные устройства имеют большой набор функций для исправления текста сообщения, мы не можем с уверенностью говорить о том, что результаты контент-анализа показывают грамотность подростков.

Отсутствие диалогов с делением текста на смысловые абзацы обусловлено небольшим объемом высказываний (одно-два слова). Это можно объяснить совмещением общения в социальных сетях с другими действиями. Отсутствие необходимых знаков препинания обусловлено наличием вопросительных слов или слов, полностью написанных заглавными буквами, что облегчает понимание сообщения.

Интернет-коммуникация становится для подростков предпочтительной средой коммуникации, заменяет реальное общение. Интернет-пользователи больше внимания уделяют межличностной синхронной коммуникации, появляются новые формы общения в виртуальном пространстве, что требует дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

Алефиренко Н. Ф. Теория языка. Вводный курс: учеб. пособие для студ. филол. спец. высш. учеб. заведений. 2-е изд., испр. и доп. М. : Издательский центр «Академия», 2007.

Бондаренко С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис. ... доктора социол. наук. Ростов-на-Дону, 2004.

Пашинян И. А. Контент-анализ как метод исследования: достоинства и ограничения // Научная периодика: проблемы и решения. 2012. № 3. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontent-analiz-kak-metod-issledovaniya-dostoinstva-i-ogranicheniya>. Дата обращения: 23.10.2018.

Чеботникова Т. А. Речевое поведение как один из способов актуализации личности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoe-povedenie-kak-odin-iz-sposobov-aktualizatsii-lichnosti>. Дата обращения: 23.10.2018.

Филимонова В. В.

студентка 3 к. УрФУ

ПОБУДИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В РАДИОРЕКЛАМЕ

Радио в современной маркетинговой практике является одним из наиболее доступных и эффективных средств распространения рекламы. Радиореклама, как любой другой текст влияния, имеет свою специфику. Радиовещание ориентировано на слуховое восприятие, а потому «передача и прием сообщения аудиторией симультантны, т. е. одномоментны» [Шерель 2004: 243]. У адресата нет возможности в тот же момент вернуться к коммерческому посланию, повторно прослушать рекламный текст, а значит, информация должна быть передана таким образом, чтобы с первого раза привлечь непроизвольное внимание аудитории, вызвать интерес и побудить к покупке. Для составителей рекламных текстов принципиально важно понимать, что в коммерческих материалах «естественный язык и невербальные средства коммуникации используются в целях достижения коммуникативного результата» [Овчаренко 2006: 141]. Осуществляя воздействие на аудиторию на когнитивном, аффективном, суггестивном, конативном уровнях, копирайтер опирает-